



TRECCANI
ISTITUTO DELLA ENCICLOPEDIA ITALIANA

CODICE ETICO

INDICE

Premessa

1. Ambito di applicazione e destinatari
2. Principi generali
3. Comportamento nella conduzione degli affari
4. Segnalazione di violazioni - Doveri di informazione
5. Rapporti con la Pubblica Amministrazione e la Pubblica Autorità
6. Amministrazione societaria - Riservatezza
7. Disposizioni sanzionatorie
8. Comunicazione Codice Etico
9. Disposizioni finali

Premessa

L'Istituto della Enciclopedia Italiana fondata da Giovanni Treccani, società per azioni (di seguito denominata "Treccani"), già costituito con regio Decreto Legge 24/06/1933 n. 669, convertito nella Legge 11/01/1934 n. 68, istituzione culturale ai sensi della legge 2 aprile 1980 n. 123 e successive modificazioni, esplica la propria attività nel settore editoriale, con la missione di provvedere a "la compilazione, l'aggiornamento, la pubblicazione e la diffusione dell'Enciclopedia Italiana di Scienze, Lettere ed Arti iniziata dall'Istituto Giovanni Treccani, e delle opere che possono comunque derivarne, o si richiamino alla sua esperienza, in specie per gli sviluppi della cultura umanistica e scientifica, nonché per esigenze educative, di ricerca e di servizio sociale".

Treccani con il presente Codice Etico (di seguito "*Codice*"), intende formalmente adottare principi di legittimità, congruità, equità, trasparenza, diligenza, imparzialità e verificabilità cui uniformare il proprio comportamento. L'attuazione dei principi contenuti nel *Codice* è volta a produrre significative influenze sul piano pubblico della reputazione e del giudizio della Treccani, nel convincimento che l'etica nella gestione degli affari e il favorire un ambiente di lavoro ispirato al rispetto, al coinvolgimento e alla responsabilizzazione dei dipendenti e dei collaboratori, siano di decisiva importanza per raggiungere i propri obiettivi e tutelare la propria immagine e rispettabilità.

Articolo 1 - Ambito di applicazione e destinatari

1.1 – I principi e le disposizioni del presente *Codice* sono vincolanti, senza alcuna eccezione, per tutti gli organi sociali (amministratori, sindaci), per tutti i dirigenti, per tutte le persone legate da rapporti di lavoro subordinato (dipendenti) e per tutti coloro che, a diverso titolo, operano con la Treccani (collaboratori, consulenti e agenti) e che costituiscono, quindi, i destinatari del presente *Codice*, di seguito definiti unitamente "Destinatari".

1.2- La Treccani porterà il *Codice* a conoscenza dei fornitori, degli appaltatori e dei partner commerciali che rientrano nella sfera di attività di Treccani, nonché di tutti coloro che, direttamente o indirettamente, entreranno in rapporto con essa, richiedendo anche a loro uguale vincolo di rispetto dei principi contenuti nel *Codice*.

Articolo 2 - Principi generali

2.1 - La Treccani esercita la propria attività nell'osservanza delle leggi e dei regolamenti in vigore nel territorio dello Stato in cui opera e nel rispetto dei principi di correttezza, buona fede, onestà, trasparenza nei confronti dei clienti, nei confronti degli Enti pubblici o privati e nei confronti dei destinatari in generale, con i quali intrattenga rapporti di qualsivoglia genere.

La Treccani impronta la sua attività editoriale al rigoroso rispetto della normativa sul diritto d'autore.

2.2 - Tutti i rapporti con i clienti, appaltatori, fornitori, partner commerciali, mezzi di comunicazione, devono essere caratterizzati da lealtà e correttezza. Sono vietati condotte collusive, tentativi di corruzione, favori, pressioni e raccomandazioni verso terzi, per ottenere vantaggi per sé o per la Treccani.

2.3 - I dirigenti, i dipendenti, i collaboratori esterni e gli agenti costituiscono un elemento indispensabile per la crescita ed il raggiungimento degli obiettivi della Treccani, che è impegnata a stimolare e valorizzare le risorse umane di cui si avvale.

2.4 - La Treccani offre pari opportunità di lavoro a tutti i dirigenti e i dipendenti sulla base delle qualifiche professionali e delle attitudini di ciascuno, senza alcuna discriminazione sociale, religiosa, politica e sindacale, di sesso, razza, età e lingua.

2.5 - La Treccani provvede alla predisposizione di luoghi di lavoro adeguati alle esigenze di sicurezza e di tutela della salute di chiunque li utilizzi, garantendo, altresì, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale.

2.6 - I Destinatari sono tenuti, nell'ambito delle rispettive competenze, ad attenersi ai principi contenuti nel *Codice* e ad osservare le procedure aziendali e le disposizioni interne adottate dalla Treccani in conformità ai principi stessi.

Articolo 3 - Comportamento nella conduzione degli affari

3.1 - I criteri di legittimità, lealtà, correttezza e trasparenza ispirano tutti i rapporti posti in essere dalla Treccani nel proprio interesse o vantaggio.

3.2 - Nessuno dei Destinatari del *Codice*, anche se soggetto a illecite pressioni, può fare o promettere dazioni di denaro o altre utilità in qualunque forma e modo, anche indiretto, per promuovere o favorire interessi della Treccani. Nei rapporti con i terzi è altresì vietato offrire o accettare omaggi, benefici diretti o indiretti, regali e ospitalità, non direttamente ascrivibili a normali relazioni di cortesia e comunque che siano di natura e valore tali da compromettere l'immagine dell'azienda e da poter essere interpretati come finalizzati a ottenere un trattamento di favore che non sia legittimo e/o determinato dalle regole di mercato.

3.3 - L'amministratore, il sindaco, il dipendente o il collaboratore esterno che, in ragione dell'esercizio della propria attività, riceva omaggi o altre forme di beneficio, in contrasto con quanto indicato al punto 3.2, dovrà assumere ogni opportuna iniziativa al fine di rifiutare detto omaggio o beneficio e dare immediata informazione al Comitato di Vigilanza direttamente o per il tramite del superiore gerarchico o referente.

3.4 - L'attività commerciale, diretta o tramite la rete di vendita agenziale, deve svolgersi nel rispetto delle norme e dei regolamenti di legge, nel rispetto di una concorrenza corretta e leale, nel regolare contesto di competitività del mercato.

3.5 - I rapporti di affari con la committenza pubblica e privata, devono essere improntati a senso di responsabilità e spirito di trasparenza e di collaborazione.

3.6 - Le eventuali attività di sponsorizzazione che possono riguardare i temi della cultura, della sociale, dell'ambiente, dello sport, dello spettacolo e dell'arte, sono destinate solo a eventi o ad organismi che offrano garanzie di qualità e serietà.

Articolo 4 – Segnalazione di violazioni - Dovere di informazione

4.1 - Qualora l'amministratore, il sindaco, il dirigente, il dipendente o il collaboratore esterno venga a conoscenza di situazioni illegali, commesse a vantaggio o nell'interesse della Treccani, o contrarie ai principi contenuti nel presente *Codice*, le segnalerà al Comitato di Vigilanza, direttamente o per il tramite del superiore gerarchico o referente. Il Comitato di Vigilanza svolgerà le necessarie verifiche in ordine alle segnalazioni pervenute e promuoverà le iniziative più opportune ivi incluse le proposte di irrogazione nei confronti dei responsabili di misure sanzionatorie, quando applicabili, secondo le modalità previste da leggi, accordi collettivi, contratti.

E' in ogni caso assicurata la riservatezza dell'identità dei segnalanti, fatti salvi gli obblighi di legge.

4.2 - La mancata osservanza del dovere di informazione disciplinato dal presente articolo 4 può comportare l'applicazione di sanzioni da parte della Treccani, quando applicabili, secondo le modalità previste da leggi, accordi collettivi, contratti.

Nessuna conseguenza negativa deriva in capo a chi abbia in buona fede effettuato una segnalazione.

4.3 - I dirigenti e i dipendenti, a tutti i livelli, devono mantenere tra loro rapporti improntati alla correttezza, alla collaborazione, alla lealtà ed al reciproco rispetto. Pertanto, è sanzionabile l'abuso del dovere d'informazione sopradescritto a scopo di ritorsione o meramente emulativo.

Articolo 5 - Rapporti con la Pubblica Amministrazione e con la Pubblica Autorità

5.1 - I Destinatari sono obbligati a tenere comportamenti trasparenti e coerenti con le disposizioni, anche contrattuali, che regolano i rapporti della Treccani con la Pubblica Amministrazione e con la Pubblica Autorità. I Destinatari non dovranno porre in essere comportamenti o compiere atti in contrasto con norme di legge e/o che possano integrare i reati di corruzione, concussione, truffa in danno dello Stato o altro ente pubblico.

5.2 - Sono vietati nel modo più rigoroso pagamenti o compensi, sotto qualsiasi forma, offerti, promessi o fatti direttamente o per il tramite di terzi per indurre, facilitare o remunerare il compimento di un atto d'ufficio o contrario ai doveri d'ufficio della Pubblica Amministrazione e della Pubblica Autorità e comunque al di fuori delle specifiche procedure

aziendali. Sono ugualmente vietati i medesimi comportamenti da parte dei Destinatari per favorire o danneggiare una parte in un processo civile, penale o amministrativo.

5.3 - Qualora un amministratore, sindaco, dirigente, dipendente o collaboratore esterno riceva richieste esplicite o implicite di benefici di qualsiasi natura da parte di esponenti della Pubblica Amministrazione e della Pubblica Autorità, salvo omaggi di uso commerciale e di modesto valore, deve immediatamente sospendere ogni rapporto e informare il Comitato di Vigilanza direttamente o per il tramite del superiore gerarchico o referente.

5.4 - Alle spese di rappresentanza e/o agli omaggi che corrispondano alle normali consuetudini nelle relazioni con i soggetti indicati agli articoli sub 5.1 e 5.2, non sono applicate le disposizioni degli articoli del presente Capitolo, purché non violino disposizioni di legge.

Articolo 6 - Amministrazione societaria – Riservatezza

6.1 - I Destinatari devono tutti rispettare scrupolosamente gli obblighi loro imposti dalla legge e dai regolamenti e, ciascuno per la propria posizione, osservare i principi del *Codice* e le disposizioni particolari di cui al presente capitolo.

6.2 - Tutti i Destinatari a qualsiasi titolo coinvolti nelle attività di formazione del bilancio, devono tenere un comportamento corretto, trasparente e collaborativo, nel rispetto delle norme di legge e dei regolamenti e delle procedure aziendali. Veridicità, accuratezza, completezza e chiarezza delle informazioni costituiscono un valore fondamentale per la Treccani, anche al fine di garantire ai soci e ai terzi la possibilità di avere un'immagine chiara della situazione economica, patrimoniale, finanziaria dell'impresa.

6.3 - I Destinatari devono astenersi dal porre in essere operazioni in conflitto d'interesse con la Treccani, al di fuori di quanto previsto dalla Legge e/o dalla normativa interna, o in pregiudizio dei creditori.

6.4 - Ogni informazione relativa alla Treccani o alla sua attività o affari, che non sia di pubblico dominio e della quale i Destinatari siano a conoscenza, deve considerarsi riservata. I Destinatari devono adottare ogni cura per evitare la indebita diffusione di tali informazioni e adottare altresì una condotta improntata alla massima riservatezza anche al di fuori dell'orario di lavoro.

6.5 - I rapporti con la stampa, i mezzi di comunicazione ed informazione e più in generale le comunicazioni e le informazioni comunque dirette al pubblico, in qualunque forma effettuate, devono essere tenuti solo dai soggetti o dalle funzioni a ciò espressamente preposte o delegate.

La comunicazione verso l'esterno deve seguire i principi guida di: chiarezza, completezza, veridicità e correttezza; i rapporti con i mass media devono essere improntati al rispetto della legge e del *Codice*, con l'obiettivo di tutelare l'immagine della Treccani.

Articolo 7- Disposizioni sanzionatorie

7.1 - La violazione delle norme del *Codice* da parte dei Destinatari comporta sanzioni diverse a seconda del ruolo del Destinatario interessato, oltre al risarcimento del danno se la violazione abbia arrecato danno diretto o indiretto alla Treccani.

7.2 - L'osservanza del *Codice* da parte dei dirigenti e dei dipendenti ed il loro impegno a rispettare i doveri di lealtà, di correttezza e di esecuzione del contratto secondo buona fede sono richiesti anche in relazione e per gli effetti indicati all'art.2104 del codice civile.

Ogni violazione, da parte dei dirigenti e dei dipendenti, al presente Codice potrà comportare misure sanzionatorie, quando applicabili, secondo le modalità previste da leggi, accordi collettivi, contratti.

Le violazioni delle norme del Codice da parte dei componenti degli organi sociali possono costituire giusta causa per proporre all'Assemblea dei soci, da parte del Consiglio di Amministrazione, la revoca con effetto immediato del mandato nonché il risarcimento dei danni eventualmente patiti.

La violazione delle norme del Codice da parte dei collaboratori, consulenti, agenti, fornitori, appaltatori, partner commerciali potrà costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali, con conseguente risoluzione dei relativi rapporti contrattuali (contratti, incarichi, appalti, ecc.), fatta salva l'eventuale richiesta di risarcimento qualora da tale comportamento derivino danni alla Treccani, anche indipendentemente dalla risoluzione del rapporto contrattuale.

Articolo 8 - Comunicazione del Codice Etico

8.1 - Il Codice Etico è portato a conoscenza di tutti i Destinatari mediante apposite attività di comunicazione, anche tramite il proprio sito Internet.

Articolo 9 - Disposizioni finali

9.1 - Il Codice Etico, adottato dall'Istituto con delibera del Consiglio di Amministrazione del 20.12.2005, contiene nella presente stesura le modifiche deliberate dal Consiglio di Amministrazione il 31.03.2006, data di ultimo aggiornamento.

9.2 - Ogni integrazione, ampliamento e/o modifica del *Codice* dovrà essere approvata dal Consiglio di Amministrazione e comunicata con tempestività ai Destinatari.